



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МАРИУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА ФІЛОСОФІЇ ТА СОЦІОЛОГІЇ
ДОНЕЦЬКЕ ВІДДІЛЕННЯ СОЦІОЛОГІЧНОЇ
АСОЦІАЦІЇ УКРАЇНИ

Міжкультурна комунікація і глокалізаційні процеси в соціологічному вимірі

Збірник матеріалів
IV Всеукраїнської науково-практичної
конференції

15 листопада
2023 року

Київ 2023

Глебова Наталя
доктор соціологічних наук, професор,
Мелітопольський державний педагогічний університет
імені Богдана Хмельницького

Гавріна Вікторія
4 курс, перший (бакалаврський) рівень вищої освіти,
Мелітопольський державний педагогічний університет
імені Богдана Хмельницького

НАВІГАЦІЯ В ІНФОМЕДІЙНОМУ ПРОСТОРИ: СОЦІОЛОГІЧНИЙ ВИМІР

Соціологічне дослідження рівня розвиненості інфомедійної грамотності населення «Моя навігація в інфомедійному просторі» вперше проводилося в грудні 2020 року – січні 2021 року на замовлення ХАБу інфомедійної грамотності, друге опитування проводилося в червні 2023 року. Збір інформації онлайн-опитування відбувалося за допомогою Google-форми, анкета була розміщена на інтернет-порталі, де респонденти могли вводити свої відповіді.

Проведений аналіз результатів дослідження дозволив зробити загальні висновки: до найбільш прийнятних для себе джерелами отримання інформації користувачі 2023 року відносять: соціальні мережі – 77,2% та інформаційні інтернет канали 72,5%, українське телебачення (загальнонаціональні канали) – 44,4%. Порівняно з 2020 роком констатуємо значне зростання переваги інтернет-каналів і соціальних мереж перед телебаченням і радіо, що пояснюється значними перевагами в мобільності цих каналів, інтерактивними можливостями тощо.

Провідним за популярністю серед користувачів соціальних мереж станом на 2023 рік є інформаційні платформи Telegram (92,1 %), Instagram (45%), Facebook (53,3%). YouTube (44,4%). Facebook (38,6%). Платформа Telegram стала беззаперечним лідером для користувачів завдяки мобільності подачі новин, їх захищеності та інваріантності важливих джерел, що є надзвичайно важливим в умовах тимчасової окупації агресором українських південно-східних територій . Решта вказаних інформаційних каналів значною мірою втратили в показниках популярності за наведеними в таблиці 3 параметрами.

Зазначимо, що чинник зручності соціальних мереж для отримання інформації про актуальні події зріс серед користувачів на 14% (79,9 % - 66, 2). Чинник швидкості

оновлення інформація у соцмережі (становить близько 53 %) як і можливості самостійно отримувати інформацію і ділитись нею порівняно з рештою ЗМІ залишився без змін.

Попри переваги соціальних мереж, на 6 % зросла і кількість користувачів (85,2-79,9%), які вважають що в соціальних мережах подається багато дезінформації і фейків, що почасти пояснюється стрімким наростанням масиву інформації з різноманітних джерел.

Дещо змінилась порівняно з 2020 роком думка користувачів щодо чинників відповідальності за розповсюдження фейків. При цьому думку про власну відповідальність за якість розповсюджуваної інформації поділяють вже 55, 6 % (у 2020 р. -48,4%) респондентів. Переважна більшість респондентів як і 2020 року схильна делегувати контрольні функції за нерозповсюдження дезінформації на власників і керівників соціальних мереж (65,1- 61,1%). До контрольних функцій держави моніторинг якості інформації в соцмережах сьогодні відносять 48, 7% (в 2020 -42% респондентів.)

Як і в минулі роки близько половини опитаних вважає, що вони принаймні в більшості випадків особисто здатні відрізнити якісну інформацію від дезінформації та фейків. До значимих ознак-критеріїв неякісної інформації у власній практиці користування соціальними мережами респонденти традиційно відносять такі, як поширення інформації у соцмережах ботами (64,6% - 56,7%); відсутність авторства інформації (відповідно 52,9% - 49,6%); власна підозра і недовіра до змісту інформації, що з'явилася в ЗМІ (42,3% - 38%).

Разом з тим, виявлено досить значні кількісні зміни щодо активності користувачів у для уникнення впливів дезінформації. Якщо кількість користувачів, які активно заходять для отримання достовірної інформації на сайти і сторінки в соцмережах державних установ змінилась незначно(відповідно 58,4% і 60,8%) користувачів, то на 10 відсотків збільшилось чисто тих, хто читає ЗМІ, що належать різним власникам.

Щодо тематики інтересу, то прикметно, що найцікавішу інформацію за їх власною оцінкою користувачі сьогодні отримують з офіційних повідомлень (66,1%), інтерв'ю і новин ТСН (по 37%). Зазначимо значну частку аналітичних програм, як джерела цікавої інформації (28%). Ці дані свідчать як про довіру до керівників держави та ЗСУ, так і консолідацію українського суспільства у щодо майбутнього нашої держави. Рівень культурного патріотизму і довіри засвідчує відсоток опитаних що черпають потрібну інформації з україномовних джерел (92,5%).

Отримані результати загалом засвідчують значне зростання інтересу до інформації в молодіжному сегменті користувачів, активність користувачів у протидії розповсюдження недостовірної інформації, а також значну довіру офіційним джерелам, інформаційним платформам і аналітичним незалежним програмам, що відповідально ставляться до своєї місії в умовах війни. Разом з тим, отримані дані дають змогу зробити певні висновки і внести

потрібні корективи для більш ефективного використання платформ, що користуються довірою користувачів інформації та розробку методичних засобів підвищення рівня інформаційної освіченості населення в складних умовах війни.

Особливої уваги, на нашу думку, потребує підготовка гуманітарних структур і культурно-освітніх платформ, зокрема науково-освітніх, до якісного і ефективного супроводу вирішення складних соціально-культурних проблем після де окупації південно-східних українських регіонів.

Зал Софія,
4 курс, перший (бакалаврський) рівень вищої освіти,
освітня програма «Соціологія»
Маріупольський державний університет

ЦІННІСНІ ОРІЄНТАЦІЇ ЩОДО СІМ'Ї ТА ШЛЮБУ В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ

У сучасному світі актуальною стала проблема сімейних цінностей в умовах трансформацій суспільства. Ці цінності є складним комплексом поглядів, почуттів та психологічних установок, які визначають дії людини, її взаємодію та бажання досягати, зберігати або відновлювати певні блага. Сучасні визначення сім'ї та шлюбу є динамічними та різноманітними, адже існує багато підходів до їх розуміння. У «Новітньому філософському словнику» А. А. Грицанова, сім'ю описують як «співжиття людей, яке базується на шлюбі або родинних зв'язках, об'єднане відповідальністю та спільною господарсько-побутовою діяльністю, що виступає як первинна інституціоналізована форма соціального спільного життя» [1, с.180-637].

Сучасна епоха відзначається усвідомленням важливості спільнот (громад) для психологічного комфорту людини. Цей тренд виявляється яскраво у різних галузях психології: клінічній, соціальній, організаційній. Люди все більше розуміють, що життя не обмежується лише працею та особистими досягненнями, але і важливість спільнот та цілісного психологічного благополуччя.

Особливу вагу набуває вплив оточення та традицій спільноти на повсякденне життя людини, її задоволення життям. Реальні блага стають лише частиною відчуття благополуччя,